

中等职业教育“十一五”规划教材

中职中专市场营销类教材系列

顾客心理学

陈建飞 主 编

张文华 副主编

科学出版社

北 京

中职中专市场营销类教材系列

编 委 会

主 任 李军昭

委 员 (按姓氏笔画排序)

王淑荣	冯开红	史金虎	张少华
肖院生	陈建飞	陈拥军	唐友莲
陶卫东	崔利群	韩德敏	戴国武

序

进入 21 世纪以来,经济的全球化趋势日益突出,全球市场逐步走向开放,分割的局部市场逐渐走向统一,中国市场也越来越深地融入全球化这个大潮中。

面对激烈的国际竞争,企业要生存,要不断发展、壮大,最重要的资源就是人才,而人才的状况则归根结底取决于教育发展的整体水平。对于培养人才而言,教材的建设是非常重要的。

基于此,我们以培养学生综合职业能力为核心构建了这套系列教材,注意吸收当前职业教育课程改革发展的研究成果,力争在教学方法、学习方法上有所突破、创新和完善。具体如下:

1. 专业核心课程

包括市场营销实务、企业管理实务、自我管理实务、市场研究实务、创办小企业实务、顾客心理学。

2. 选修课程

包括公共关系实务、贸易谈判实务、国际贸易理论与实务、营销策划实务、商业广告实务、超市与连锁经营实务、电子商务理论与实务、国际商务。

3. 技能训练课程

包括网页制作技能训练、商品推销技能训练、商务礼仪技能训练、办公自动化、推销技能训练。

本系列教材具有以下特点:

一是区别于以学科的系统性为主线的编写模式,力求突出对企业的具体业务流程和现实问题的把握和理解,着重于对市场营销的基本问题的介绍和企业营销内涵的阐述,学习者通过这些问题与内涵的分析,可以认识和理解市场营销管理的背景和实践的发展。

二是各教材内容来源于企业营销岗位的工作要求,突出实务,借以引导学习者既要 from 书本上学习,又要从实践中掌握市场营销活动的规律,以提高营销的实战能力。

三是各教材在体例上,每章以故事性的内容作为导入案例,启发读者思考教学内容,每章后的习题还有相关案例及问题。各案例内容丰富,既有国内成功企业案例,也有国外公司的优秀案例。案例来源广泛,涵盖了食品、家用电器、电脑、针织、零售、饮料、石化、数码、汽车、金融、连锁、网络、娱乐等行业,以拓展学习者的视野,锻炼其多样化的思维方式。每章还设计了以知识要点和能力要点为基础的多种形式的练习题,为教学与训练提供了丰富的支持。

本系列教材以企业营销岗位的工作任务和具体操作程序与技能作为学习内容，并辅之以图表，方便学习者理解，释义简洁流畅，表达言简意赅，通俗易懂，便于自学。我们相信，本系列教材一定能使我国中等职业技术学校从事市场营销教学的老师得到启发和帮助。

李军昭

2008年12月

前 言

随着我国经济的飞速发展,第三产业不断壮大,服务业在国民经济中的地位越来越重要,全国社会消费零售总额逐年增加,在 GDP 中的份额也积极攀升,这给商贸企业的发展带来了极好的机会。同时,由于市场竞争的愈发激烈,人们对商品要素及服务品质的要求越来越高,对商家也提出了更高的要求。提供优质的产品和使顾客满意的服务是每个企业、经营管理者及营销人员必须认真思考和努力践行的事情。基于此,我们编写了本书,以期与读者共同学习和探讨顾客心理这一问题,为我们的商贸企业提高服务质量、创服务品牌、当好顾客的知心人,为我们的学生更好地从事未来的工作尽微薄之力。

本书比较完整地介绍了以顾客为主体的心理学知识,并结合顾客购物过程的心理活动及影响因素进行了全面的分析,提出了一系列的心理对策。全书包括 4 大部分,共 10 章。第 1 部分为顾客心理学基本理论,包括第 1 章(导论)和第 2 章(顾客的一般心理过程);第 2 部分为以顾客为主体的心理分析,包括第 3 章(顾客的个性心理)、第 4 章(顾客群体心理)、第 5 章(顾客需要与购买过程)、第 6 章(社会因素与顾客心理);第 3 部分为以商品为主体的相关分析,包括第 7 章(商品要素与顾客心理)、第 8 章(商品价格、广告与顾客心理);第 4 部分为以商家为主体的相关分析,包括第 9 章(营业服务与顾客心理)和第 10 章(营业环境与顾客心理)。

本书坚持以就业为导向,以能力为本位,以服务为宗旨,坚持以学生为学习主体、实用性和发展性相结合的原则;着眼于学生知识、技能和情感态度的培养以及专业能力、方法能力、社会能力的形成;注重学生基础水平、学习能力和职业岗位要求的衔接;确保理论,突出实用,强调学生参与,使学生学有所得、学以致用。采用任务引领方式,每章均以案例导入并明确学习目标和任务;突出能力、目标定位,体现职教课程的本质特征;内容实用,在保证基础知识够用的前提下,围绕顾客的心理活动过程选择与组织教学内容,重视内容的针对性、实用性,每章配备练习题。

本书由常州旅游商贸高等职业技术学校的陈建飞担任主编并统稿,常州旅游商贸高等职业技术学校的易燕萍、万芬参与了总纲编写,江苏电大昆山学院张文华担任副主编。具体编写分工如下:第 1、2、10 章由陈建飞编写,第 3、4 章由易燕萍编写,第 5 章由万芬编写,第 6、9 章由张文华编写,第 7 章由昆山市第一职教中心的王云鹤编写,第 8 章由江苏铜山职教中心的张家梅编写。

本书参考了一些专家的著作,在此向他们深表感谢!由于编者水平有限,书中不当之处在所难免,恳请广大读者批评指正!

目 录

前言

第 1 章 导论	1
1.1 心理学概述	2
1.1.1 心理学的含义	2
1.1.2 心理现象	4
1.1.3 心理实质	5
1.2 顾客心理学的研究对象和内容	7
1.2.1 顾客心理学的含义	7
1.2.2 顾客心理学的研究对象	7
1.2.3 顾客心理学的研究内容	8
1.3 顾客心理学的研究方法和意义	9
1.3.1 研究顾客心理学的基本原则	10
1.3.2 研究顾客心理学的方法	10
1.3.3 研究顾客心理学的意义	12
小结	13
练习题	13
第 2 章 顾客的一般心理过程	16
2.1 顾客的认识过程	17
2.1.1 感觉和知觉	18
2.1.2 记忆和注意	24
2.1.3 学习和思维	30
2.1.4 联想和想象	34
2.2 顾客的情感过程	37
2.2.1 情绪和情感的涵义	37
2.2.2 情绪和情感的类型	38
2.2.3 情绪和情感的比较	40
2.2.4 影响顾客情绪和情感的主要因素	42

2.3 顾客的意志过程.....	43
2.3.1 意志的含义与特征.....	43
2.3.2 意志过程和意志品质.....	44
2.3.3 意志过程与认识过程和情感过程的联系.....	45
小结.....	46
练习题.....	46
第3章 顾客的个性心理.....	49
3.1 顾客的气质.....	51
3.1.1 气质的含义.....	51
3.1.2 气质的类型与特征.....	51
3.1.3 气质对顾客购买行为的影响.....	53
3.2 顾客的性格.....	55
3.2.1 性格的含义.....	55
3.2.2 性格的类型与特征.....	56
3.2.3 性格对顾客购买行为的影响.....	57
3.3 顾客的能力.....	60
3.3.1 能力的含义.....	60
3.3.2 能力的类型与形成.....	60
3.3.3 能力对顾客购买行为的影响.....	62
小结.....	63
练习题.....	64
第4章 顾客群体心理.....	66
4.1 女性和男性顾客心理.....	67
4.1.1 女性顾客的心理特征及营销策略.....	68
4.1.2 男性顾客的心理特征及营销策略.....	68
4.2 儿童和少年顾客心理.....	70
4.2.1 儿童和少年顾客的心理特征.....	70
4.2.2 面对儿童和少年顾客的营销策略.....	71
4.3 青年和中年顾客心理.....	72
4.3.1 青年顾客的心理特征及营销策略.....	72
4.3.2 中年顾客的心理特征及营销策略.....	74
4.4 老年顾客心理.....	76
4.4.1 老年顾客的心理特征.....	76



4.4.2 面对老年顾客的营销策略	77
小结	79
练习题	79
第 5 章 顾客需要与购买过程	83
5.1 顾客的需要与兴趣	84
5.1.1 需要的含义及特性	84
5.1.2 需要的类型与层次	86
5.1.3 需要、需求与兴趣	88
5.2 顾客的购买动机	90
5.2.1 动机及其形成过程	90
5.2.2 购买动机的类型	91
5.2.3 购买动机的作用	94
5.3 顾客的购买行为	96
5.3.1 顾客购买行为的含义及特点	96
5.3.2 顾客购买行为模式与心理过程	96
5.3.3 顾客购买行为分类	98
5.4 顾客的购买决策	103
5.4.1 顾客购买决策的内容	103
5.4.2 顾客购买决策的类型	103
5.4.3 顾客购买决策的原则和过程	106
5.4.4 影响顾客购买决策的因素	109
小结	113
练习题	113
第 6 章 社会因素与顾客心理	119
6.1 政治与经济因素对顾客心理的影响	120
6.1.1 政治因素的影响	120
6.1.2 经济因素的影响	121
6.2 文化因素对顾客心理的影响	127
6.2.1 社会文化的含义	127
6.2.2 主文化对顾客心理及行为的影响	128
6.2.3 亚文化对顾客心理及行为的影响	130
6.3 相关群体与家庭因素对顾客心理的影响	133
6.3.1 群体的含义和相关群体类型	133

6.3.2	参照群体和所属群体的影响	134
6.3.3	家庭因素的影响	135
6.3.4	顾客的从众行为	137
6.4	习俗与流行对顾客心理的影响	137
6.4.1	习俗与流行的含义	137
6.4.2	习俗对顾客心理的影响	138
6.4.3	流行对顾客心理的影响	139
	小结	140
	练习题	140
第7章	商品要素与顾客心理	143
7.1	新产品及其命名对顾客心理的影响	144
7.1.1	顾客对新产品的心理反应	144
7.1.2	新产品的类型及心理特征	145
7.1.3	新产品设计的心理策略	148
7.1.4	商品命名的心理要求与方法	149
7.2	商品品牌、商标对顾客心理的影响	152
7.2.1	品牌的含义及顾客的心理过程	152
7.2.2	品牌设计的心理策略	153
7.2.3	商标的含义及心理功能	154
7.2.4	商标设计的心理策略	156
7.3	商品包装对顾客心理的影响	158
7.3.1	商品包装的含义与心理功能	158
7.3.2	包装设计的心理策略	160
	小结	161
	练习题	161
第8章	商品价格、广告与顾客心理	164
8.1	商品价格与顾客心理	165
8.1.1	商品价格的心理功能	165
8.1.2	顾客对价格的心理反应	167
8.1.3	商品定价与调价的心理策略	168
8.2	广告的类型与心理功能	175
8.2.1	广告的含义、特点及分类	175
8.2.2	广告的心理功能	176



8.3	广告媒体与顾客心理特征	176
8.3.1	广告媒体的含义和种类	176
8.3.2	主要广告媒体的心理效应	180
8.4	实现广告效果的心理策略	185
8.4.1	广告设计的要求	185
8.4.2	增强广告效果的心理方法	186
8.5	广告效果的顾客心理测定	191
8.5.1	广告效果测定的意义和内容	191
8.5.2	广告效果测定的方法	191
	小结	193
	练习题	193
第9章	营业服务与顾客心理	195
9.1	仪表仪容对顾客心理的影响	196
9.1.1	仪表仪容产生的顾客心理效应	196
9.1.2	顾客对营业员仪表仪容的心理要求	199
9.2	接待与服务对顾客心理的影响	203
9.2.1	顾客店堂购买心理	203
9.2.2	接待顾客的步骤及心理策略	205
9.2.3	便利服务和售后服务的心理效用	209
9.3	顾客购买态度的分析与转化	210
9.3.1	拒绝购买态度的形成与类型	210
9.3.2	拒绝购买态度的转化	211
9.3.3	处理顾客抱怨	212
	小结	214
	练习题	215
第10章	营业环境与顾客心理	217
10.1	店面条件对顾客心理的影响	218
10.1.1	店址选择的顾客心理与策略	218
10.1.2	招牌的心理作用与设计方法	221
10.1.3	店标的心理作用与设计原则	225
10.1.4	橱窗的心理作用与设计方法	227

10.2 店堂布置对顾客心理的影响	231
10.2.1 店堂场所条件的心理作用	231
10.2.2 商品陈列的要求与心理方法	231
10.3 现场情境对顾客心理的影响	236
10.3.1 视觉因素引发的心理效应	237
10.3.2 听觉因素引发的心理效应	241
10.3.3 其他因素引发的心理效应	242
小结	244
练习题	244
参考文献	247



第1章

导论



知识目标: (1) 理解心理学、顾客心理学的基本概念及心理实质;
(2) 熟悉顾客心理学的研究对象、内容及应遵守的原则。

能力要求: 能运用一些简单的方法进行顾客心理测试。

情感目标: (1) 培养关注顾客、研究顾客心理的意识和兴趣;
(2) 树立服务顾客、服务社会、创造和谐效益的理念。



导入案例

1. 某牙膏生产企业, 年利润增长率达到 20%, 但喜中有忧, 连续几个月月增长率降到 14%。公司随即召开专题讨论会研究这一问题, 会上所有人都为牙膏产品前景担心, 公司的老板希望有人想出有效方案以解决面临的难题。没想到一个年轻人站出来, 对老板说我可以为你解决这个问题, 但是你必须先给我 5 万元。在场的所有人都为他的年少轻狂所惊讶! 老板想了想, 答应了年轻人的要求。年轻人说: 很简单, 把我们的牙膏口径增加 1 毫米, 问题就可以解决。老板采纳了他的意见, 这一年公司的利润增长率竟然超过了 40%……

2. 全球最大零售商沃尔玛, 每家连锁店都贴有天天廉价的大标语, 同一种商品在沃尔玛比在其他商店要便宜。沃尔玛提倡的是低成本、低费用结构、低价格的经营思想, 主张把更多的利益让给消费者, 为顾客节省每一美元是他们的目标。沃尔玛的利润通常在 30% 左右。公司每星期六早上举行经理人员会议, 如果有分店报告某商品在其他商店比沃尔玛低, 可立即决定降价。低廉的价格、可靠的质量是沃尔玛的一大竞争优势, 在吸引了一批又一批的顾客。沃尔玛能够迅速发展, 除了正确的战略定位以外, 也得益于其关注顾客心理、满足顾客需求及首创的折价销售策略。

思考:

年轻人的想法看似简单, 却蕴藏着深刻的道理; 沃尔玛的成功更是多种策略和智慧
的结晶, 这些与顾客心里所想有联系吗?

1.1 心理学概述

当今社会, 人们对“心理学”一词已不再陌生, 但究竟何为心理学、心理到底指的是什么, 却未必能够正确理解或准确把握, 甚至少数人会有“以小人之心度君子之腹”等片面理解。因此在学习顾客心理学之前, 很有必要首先学习一下心理学的几个相关基本概念, 以便后面进一步学习。

1.1.1 心理学的含义

1. 什么是心理学

心理学是一门研究人类和动物心理现象(主要是人类心理现象, 包括认知、情绪和动机、能力及人格三大方面) 及其对行为影响规律的科学。



现代心理学研究精神与大脑的相互影响,采取实证科学的研究方法,透过实验和观察来检验假设。也指在各种人类活动场景将心理学知识进行应用,包括解决个人日常生活中的各种心理问题以及各种心理疾病的治疗。

心理学研究的是个人,但它也与各种社会科学有关,因为在研究个人的同时,心理学也会考虑到这些个人所处的社会背景;同时它也与神经科学、医学、生物学等科学有关,因为这些科学所探讨的生理作用会影响个人的心智;另外,心理学还与哲学有一定的关系。

心理学的研究范围十分广泛,主要有心理过程和心理特征两个方面。心理过程指的是认识、情绪、意志等一系列的心理活动;而心理特征则为不同的心理所表现的特征,如能力、气质与性格等。

2. 心理学发展简介

心理学既是一门古老的科学,又是一门年轻的科学。人类从古代开始,历经中世纪、文艺复兴以至到 19 世纪中叶,对心理的探索和研究都是处于一种无明确的研究目的、目标,无明确的研究思想、方法的混沌状态下自发的或不自觉地进行,夹杂在对哲学和神学的研究中。心理学的内容融会或包括在哲学和神学的内容体系中,心理学家是由哲学家、神学家、医学家或其他科学家兼任,心理学的方法也主要是思辨的方法。亚里士多德的《灵魂论》可以说是世界上的第一部心理学专著,而心理学的真正历史是从 1879 年冯特在德国莱比锡大学建立世界上第一个心理实验室才开始的。冯特是公认的第一个把心理学转变成一门正式独立学科的真正奠基者,也是心理史上第一位真正的心理学家。他的《生理心理学原理》是史上第一本真正的心理学专著。

我国古代也有不少哲学家、思想家、军事家都曾探索过人们心理活动的奥秘,如古代军事家孙武所著的《孙子兵法》中,就有许多应用心理学原理研究战争的战略与战术的范例,然而把它作为一门独立的学科来研究也仅仅几十年的历史。当前,进入 21 世纪的中国,正处于一个前所未有的、不同于任何其他国家的社会转型时期,存在着许多不同于西方的人群心态和行动方式。因此,中国心理学应当正视自己的历史使命,把握正确的学术方向,抓住中国改革开放的最佳契机,与中国的改革发展进行同步的摸索,切实研究中国人自己的个性心理特征与个性心理结构,从理论与实践上进行有见解、有说服力的探索。目前,国内心理学领域的专家们正逐步建立起一整套全新的中国心理学理论体系,无论从课题、方法论还是在手段及操作工具上都与世界主流心理学逐步接轨,并融入世界经济、政治、文化的一体化历史潮流中。可以预见,我国心理学研究水平必将步入国际心理学领域的先进行列。

随着社会实践和心理学本身的发展,心理学的研究范围越来越宽阔,在人类社会实践的众多领域得到广泛的应用,对人类社会起着越来越大的作用。当代心理学把人和动物的复杂心理活动分成不同的层次和领域,在不同的水平上加以研究,建立了许多分支学科,如社会心理学、教育心理学、管理心理学、商业心理学、消费心理学、顾客心理学及医疗心理学、军事心理学等。

现在，心理学已不仅是一门纯理论性的基础科学，更是一门应用范围广泛的应用科学，它与许多实践部门有着广泛的横向联系，并且广泛地为社会实践服务。

1.1.2 心理现象

心理即心理活动，指人的内心所进行的一切活动。心理现象是心理活动的表现形式，是人们生活中最熟悉、最普遍、最常见的精神现象，也是自然界最复杂、最奇妙的现象之一。心理现象一般分为两类，即心理过程与个性，如图 1.1 所示。

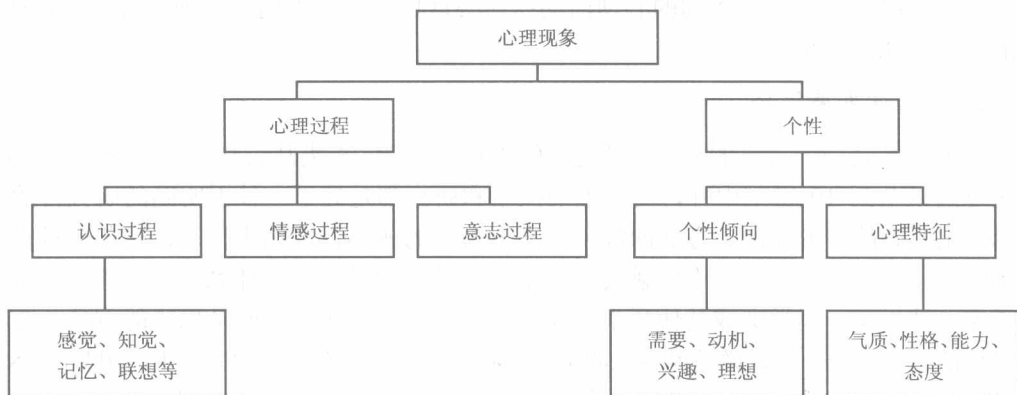


图 1.1 心理现象的分类

1. 心理过程

心理过程指人的心理活动过程，包括人的认识过程、情绪和情感过程、意志过程。认识过程是一个人在认识、反映客观事物时的心理活动过程，包括感觉、知觉、记忆、想象和思维过程，注意则是伴随心理过程的一种心理特征。情绪和情感过程是一个人在对客观事物的认识过程中表现出来的态度体验，如满意、愉快、气愤、悲伤等，它总是和一定的行为表现联系着。人在认识客观事物时，不仅仅是认识它、感受它，同时还要改造它，这是人与动物的本质区别。为了改造客观事物，一个人有意识地提出目标、制定计划、选择方式方法、克服困难，以达到预期目的，这种内在心理活动过程即为意志过程。人的认识过程、情绪和情感过程、意志过程统称为心理过程，它们是既有区别又有联系的心理活动过程的三个组成部分。人的认识过程和意志过程往往随着一定的情绪、情感活动，意志过程又总是以一定的认识活动为前提，而人的情绪、情感和意志活动又促进了人的认识发展。

2. 个性过程

心理过程是人们共同具有的心理活动，但是由于每个人的先天素质和后天环境不同，心理过程在产生时又总是带有个人的特征，从而形成了不同的个性。个性心理结构



主要包括个性倾向性和个性心理特征两个方面。个性倾向性是指一个人所具有的意识倾向,也就是人对客观事物的稳定的态度。它是人从事活动的基本动力,决定着人的行为方向,其中主要包括需要、动机、兴趣、理想、信念和世界观。世界观在个性倾向各个成分中居于最高层次,决定着人的总的意识倾向。个性心理特征是一个人身上经常表现出来的本质的、稳定的心理特点,如有的人拥有数学才能,有的人具备写作才能,有的人表现出音乐才能。因此,在各科成绩上就有高低之分,这是能力方面的差异。在行为表现方面,有的人活泼好动,有的人沉默寡言,有的人热情友善,有的人冷漠无情,这些又是气质和性格方面的差异。能力、气质和性格统称为个性心理特征。

3. 心理过程与个性的关系

人的心理过程和个性是相互密切联系的。一方面,个性是通过心理过程形成的,如果没有对客观事物的认识,没有对客观事物产生的情绪和情感,没有对客观事物的积极认识的意志过程,个性是无法形成的;另一方面,已经形成的个性又会制约心理过程的进行,并在心理活动过程中得到表现,从而对心理过程产生重要影响,使之带有个人的色彩。

1.1.3 心理实质

心理现象是人们普遍熟悉的现象,但心理这一现象是如何产生的,心理的实质究竟是什么,由于现实生活中人们的世界观不同,对这些问题的回答也不尽相同。

辩证唯物主义认为,人的心理是人脑的机能,人的心理是在实践活动中产生的对客观现实的主观能动的反映。

1. 心理是人脑的机能

人对客观现实的反映是通过大脑的活动来实现的。人脑以及神经系统的结构和机能有其产生、发展和成熟的过程,同时神经活动也遵循一定的规律。人脑是一块十分复杂而精致的物质,是由大量神经细胞借助于树突而形成的一个巨大的网络系统。大脑皮层的机能定位极为精细和专门化。一方面,大脑皮质控制着人的各种活动,如看和听是由大脑皮质的视觉区和听觉区来控制的;说话、听话、看书、写字,是由大脑皮质的言语中枢来支配的;而知觉、理解、判断和创造性活动,主要是由联合区来进行管制的。另一方面,大脑皮质具有高度的整合作用,能充分协调两半球的功能。

研究表明,大脑两半球具有各自的分工,左半球与词语性思维有关,右半球与空间概念、对言语的简单理解和非词语性思维有关。我国正在进行的“全脑工程”实验,目的就是在学校教育中,注意使学生大脑两半球的两种信号系统活动很好地协调起来,这样有助于学生更好地掌握知识,发展思维能力。例如,在学生品德培养中,就要使理论知识、道德情感、行为准则等的教育与具体的榜样示范、行为习惯的训练结合起来;在教学中,要恰当地运用直观教学的方法,帮助学生理解抽象知识;而在观察时,又要

恰当地运用言语指导等。

2. 心理是人脑对客观现实的主观反映

人的心理活动是人脑的机能，离开了人脑就不能产生人的心理活动。但是，如果没有客观现实的作用，人脑自身不能单独产生心理活动，客观现实是心理的源泉和内容。如客观现实中有树木，我们才能对树木有感知觉。正因为自然界和社会生活中客观存在着美好、丑陋、光明、黑暗、运动、发展等，才会有人对自然和社会现象规律性的认识，才有人类经验的积累和传授，人才会发明创造，才有人类的文化、科学和艺术，才有人类的文明。可见，离开了客观现实，也就不会有人的心理。因此，我们说人的心理是客观现实的反映，客观现实是人的心理的源泉和内容。

从唯物主义观点出发，教师在教学工作中正确认识学生心理具有重要的意义。对于学生成绩的优劣、品德的好坏，就不会轻易地作出结论，对于学生心理的各种差异及心理的复杂性，也不会感到奇怪和束手无策。教育是育人的工作，育人要育心。作为教师必须以学生的心理源泉和所受教育等客观实际为立足点，辩证、发展地研究学生的心理，增强教育工作的责任感，积极创造条件，采取措施，发挥教育的职能，促进学生心理健康发展。

综上所述，人的心理是客观现实在人脑中的主观映像。客观现实、社会实践是产生人的心理的决定因素，而人脑是产生人的心理的必要条件和主要器官，它影响着人对客观现实的反映和人的主观能动性的发展，人脑对人的心理的产生和发展，要依赖于客观现实和人的社会实践活动。



知识拓展

“心理”学说

主观唯心主义者认为，心理是一种主观存在的人的心理或精神现象，是世界的本源。世界上的万事万物都是由人的感觉或精神现象决定的。离开了人的精神现象，世界上什么东西都不会存在。而客观唯心主义者则认为，心理是一种“绝对精神”世界，是由某种神秘的精神决定的。

唯物主义者认为，心理是物质派生的。例如，19世纪德国的庸俗唯物主义者毕希纳和福格特都认为，脑髓分泌思想正好像肝脏分泌胆汁、胃分泌胃液一样。后来法国机械唯物主义者拉美特列和狄德罗认为人的心理活动是脑对客观现实的机械反映。而德国费尔巴哈认为人的心理是自然的本能活动。虽然这些观点都对心理与物质的关系问题提出了比较进步的看法，但都忽视了人的心理的社会本质，其对心理实质的理解也是极其错误的。